

PROJET\_V1

## OPERATION « POSER, C'EST PAYE ! »

### Compte-rendu du Comité de pilotage du 10 Septembre 2015

*Au cours du Comité de pilotage du 23 Juillet dernier – cf. CR ci-joint – Mercatel ainsi que l'ensemble des participants avaient souhaité que se tienne à la rentrée une nouvelle conférence téléphonique entre les acteurs participants à l'opération nationale « POSER, C'EST PAYE ! » du mois d'Octobre 2015, afin de prendre connaissance des initiatives prises en interne pour coordonner et promouvoir cet évènement au niveau local et national permettant ainsi son succès.*

*La conférence téléphonique du 10 Septembre 2015 avait donc pour objet de :*

- 1. Faire un point sur les actions des enseignes, des banques et des réseaux en matière de communication, de sensibilisation, de formation et de visibilité en points de vente (signalétiques...),*
- 2. Valider conjointement le projet de communiqué soumis par Mercatel et qui sera envoyé à la presse*
- 3. Faire le point d'une manière générale sur la communication entreprise par Mercatel auprès des institutionnels et fédérations du Commerce... pour promouvoir cette opération nationale*
- 4. Présenter la cartographie répertoriant les points de vente acceptant le paiement sans-contact*

## I. Point sur les actions des acteurs participants à l'opération

### 1.1. Enseignes

- $\pi$  **CARREFOUR** indique que la communication auprès des points de vente a déjà débuté et qu'un film présentant les caractéristiques du paiement sans-contact a été réalisé spécifiquement pour le personnel de caisse, leur permettant de bénéficier d'une formation accélérée et de se familiariser avec ce nouveau mode de paiement pour répondre aux éventuelles interrogations des porteurs.

En matière d'affichage, des signalétiques de type twisters se mettent progressivement en place au niveau des caisses traditionnelles mais également des self-checkout.

En parallèle de ces initiatives, une communication va être faite auprès des clients porteurs de la carte Pass et sera également relayée sur les catalogues produits aux fins de sensibiliser un plus large panel de clients.

Par ailleurs, dans le but d'accroître les volumes de transactions sans-contact (tous types de cartes confondus & mobile), Carrefour Banque a défini, sur la base de critères géographiques à fort potentiel, des magasins cibles (dont elle est l'acquéreur) en leur posant le challenge de réaliser 40% des transactions cartes de petits montants en sans-contact. Cette démarche devrait permettre d'apprécier les tendances en matière d'usage et d'analyser la conversion des consommateurs vers le paiement carte pour les petits montants, traditionnellement réalisés en espèces.

- $\pi$  **DECATHLON** informe qu'une communication a été réalisée en interne auprès des équipes magasin pour rappeler les éléments d'information, notamment en matière de sécurité pour rassurer les clients qui hésiteraient à utiliser ce mode de paiement.

S'agissant de l'affichage, des stickers vont être apposés sur les terminaux de paiement pour rendre la fonctionnalité visible dès le passage en caisse des clients.

- π **TOTAL** indique que deux opérations marketing avec apposition de signalétiques sont en cours pour promouvoir la fonctionnalité.

Sur le plan communication interne, des guides ont été élaborés pour le personnel afin de diffuser les éléments de langage portant principalement sur la sécurité du sans-contact, point majeur pour assurer la confiance des clients.

Sur le dernier mois, Total a enregistré près de 230 000 transactions sans-contact, une grande part d'entre elles étant réalisée par les porteurs étrangers. Pour le groupe, le paiement sans-contact représente, tous moyens de paiement confondus, 13% des encaissements inférieurs à 20€.

- π **ORANGE** indique que des signalétiques ont été apposées au niveau de la caisse, couplées par un écran d'information orienté face au client et diffusant le message « paiement sans-contact carte et mobile ».

Un guide spécifique à destination du personnel a été élaboré et reprend les éléments de langage pour rassurer sur les éventuelles interrogations des clients quant à la sécurité.

Une communication a été faite pendant l'été auprès de l'ensemble des points de vente pour les informer de l'organisation de l'opération « POSER, C'EST PAYE ! », concomitamment à l'information relayée en interne sur la commercialisation nationale d'Orange Cash prévue également pour le mois d'Octobre 2015.

ORANGE précise qu'une communication spécifique auprès de ses Directions régionales sera faite le 15 Septembre 2015 afin que ces dernières repercutent l'informations à leurs correspondants au sein des Chambres de Commerce, des Chambres de Métiers, des villes et autres institutionnels.

- π **PMU** précise que la fonctionnalité sans-contact est proposée aux clients depuis la fin 2014 et qu'une signalétique spécifique a été apposée aussi bien à l'extérieur (vitrophanie) qu'à l'intérieur des points de vente (logo sur le pin-pad).

Un guide a été réalisé pour les responsables points de vente pour présenter la fonctionnalité sans-contact et son ergonomie de paiement, tout en reprenant les éléments de langage relatifs à la sécurité.

D'ici quelques jours, une information spécifique sera relayée dans la newsletter PMU ainsi que dans les journaux hippiques.

- π **MERCATEL** souhaiterait que les enseignes, les banques et les réseaux lui transmettent les divers documents de communication réalisés à l'adresse de leurs personnels aux fins de pouvoir les présenter comme exemple aux entreprises souhaitant s'engager dans cette évolution.

Il est de plus opportun que lui soit communiqués les éléments quantitatifs d'utilisation du sans-contact dans les points de vente afin de pouvoir réaliser un tableau de suivi pour apprécier ou non la croissance en matière de transactions. Ces données nous permettront de connaître l'impact de l'opération sur les comportements clients.

## 1.2. Banques et réseaux

- π **CREDIT MUTUEL ARKEA** va mettre en avant l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » sur les réseaux sociaux tout au long du mois d'Octobre en rappelant entre autres via des vidéos testimoniales de porteurs et de commerçants, quels sont les avantages à utiliser le paiement sans-contact dans leur quotidien.

Ces vidéos seront mises à disposition de MERCATEL et par la suite relayées à l'ensemble des acteurs enseignes, banques, réseaux...

En parallèle de cette initiative, les agences CMA et les conseillers professionnels se verront remettre un support de présentation du paiement sans-contact qu'ils pourront imprimer ou relayer par mail à leurs clients commerçants. Dans ce cadre, les conseillers professionnels recevront une mini-formation leur rappelant les conditions d'acceptation du sans-contact et la nécessaire remise de signalétiques.

- π **VISA** accueille avec satisfaction l'initiative prise de développer l'usage du paiement sans-contact dans les points de vente et indique que l'opération « POSER, C'EST PAYE ! » sera relayée sur les réseaux sociaux afin de démultiplier l'information.
- π **CARTES BANCAIRES** indique qu'un guide spécifique sur le paiement sans-contact est en cours de réalisation. Il reprendra tous les conseils pratiques et éléments de langage visant à rassurer tant les enseignes que les porteurs.

## II. Validation du communiqué de presse

Afin de pouvoir faire parvenir à la presse quotidienne nationale, régionale, gratuite et spécialisée l'information sur l'organisation de l'opération « POSER, C'EST PAYE ! », MERCATEL a rédigé un projet de communiqué soumis aux participants pour remarques, corrections et validation.

Ce projet a été validé conjointement par les participants et sera comme convenu envoyé à une liste de journalistes spécialisés sur les thèmes ayant trait aux innovations et moyens de paiement afin de couvrir un large champ de destinataires. L'objectif est que par la suite cette communication puisse se répandre au niveau local pour avoir le plus fort impact possible, tant auprès des commerces indépendants de proximité que des porteurs eux-mêmes.

MERCATEL précise également que ce communiqué sera adapté et retouché afin de pouvoir être transmis aux institutionnels tels que le Ministère des Finances, la Banque de France... pour montrer l'engagement et la volonté de l'ensemble des acteurs de promouvoir les innovations en matière de paiement ; démarche s'inscrivant dans l'ambition du Gouvernement de favoriser et faciliter l'utilisation de la carte bancaire (Cf. Assises des Moyens de Paiement du 2 Juin 2015).

## III. Prochaines étapes

Une **prochaine réunion téléphonique** est planifiée pour le **Mardi 13 Octobre 2015 à 17h30**.

Les numéros à composer pour rejoindre la confcall seront communiqués aux participants une semaine avant l'échéance.

Cette séance permettra, quelques jours après le début de l'opération, de faire part des premières remontées terrain de la part des enseignes et d'identifier les actions à mettre en place sur les zones connaissant un faible taux d'utilisation.

\* \* \*

Pièces jointes au présent CR : 3

- Communiqué de presse validé
- Cartographie actualisée recensant les points de vente opérationnels en sans-contact
- Plan d'action des fédérations Crédit Mutuel Arkéa

## ANNEXE

### Participants :

René-Marc TEMPLIER	Carrefour Banque
Valérie DURAND	PMU
Fabienne URIEN	Total
Pierre GUYON	Decathlon
Bruno DEBRON	Orange
Albert GALLOY	Visa
Martine TOUZALIN	Cartes Bancaires
	American Express
Nathalie TREIGNER	Crédit Mutuel Arkéa
Charlotte PAGOT	Mercatel
Jean-Marc MOSCONI	Mercatel
Jean-Michel CHANAVAS	Mercatel

### Excusés :

Vincent DEPRIESTER	Casino France
Alain LEFEUVRE	Groupe Rocher
Jean-Bernard SIZARET	Mc Donald's
Ludovic FRANCESCONI	Cartes Bancaires
Olivier GABRIELLI	MasterCard
Sophie ZELLMAYER	MasterCard